

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Halim, Hilmi (2017, Oktober). “Penurunan Wisatawan ke Bandung Paling Buruk” (Diakses 4 Juli 2019 dari: <http://www.pikiran-rakyat.com>).
- Assael, Henry. (2001). *Consumer Behavior*. Edisi keenam. New York: Thomson Learning.
- Asya H, Andriani K & M.Kholid M. (2016). *Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi pada Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kota Batu)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol 38 No 1.
- Basu Swastha Dharmmesta, T. Hani Handoko, 2000, Manajemen Pemasaran “ Analisa perilaku konsumen “. Edisi pertama cetakan ketiga. BPFEYogyakarta, Yogyakarta
- BPS Kota Bandung. (2018). “Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik di Kota Bandung 2016” (Diakses 12 Februari 2019 dari: <https://bandungkota.bps.go.id>).
- Chen, Ching Fu, and Tsai Dung Chun (2007) “How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions?” *Journal of Tourism Management* 28 (2007) 1115–1122.
- Coban, Suzan. (2012). *The Effects of the Image of Destination on Tourist Satisfaction and Loyalty: The Case of Cappadocia*. *European Journal of Social Sciences*. Vol.29 No.2.
- Coban, Suzan. 2012, The effects of the image of destination on tourist satisfaction and loyalty, the case of copadia.
- Darmawan, Deni. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya.
- Fandy Tjiptono. 2011. *Pemasaran Jasa*. Malang. Bayu Media .
- G. Leon, Schiffman dan Lazar L Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progran IBM SPSS 20 - 6/E*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin. (2013). *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta. Erlangga.
- Grundey, D. 2008. Experiental Marketing vs Experiental Tradisional: Creating Rantional and Emotinal Liaisons With Consumers. Vilnius University. The Romanian Economic Jounarl. Year XI no. 29.
- Ibo, Ahmad (2017, Desember). “5 Kota Destinasi Wisata yang Paling Banyak Dicari Sepanjang 2017” (Diakses 13 Februari 2019 dari:

<http://lifestyle.liputan6.com/>).

IBOJO & Bolanle O. (2015). *Impact of Customer Satisfaction on Customer Loyalty: A Case Study of a Reputable Bank in Oyo, Oyo State, Nigeria*. International Journal of Managerial Studies and Research. Vol 3 Issue 2.

Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*, Bandung : Aditama.

Irawan, H. (2009). 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Jesica P, Rifka. (2017). *Pengaruh Citra Destinasi terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Pantai Pangandaran (Studi Pada Dinas Pariwisata Pangandaran Tahun 2017)*. Skripsi pada Universitas Telkom Bandung.

Kementrian Pariwisata (2010, Januari). “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009” (Diakses 14 Maret 2019 dari: <http://www.kemenpar.go.id>).

Khaled A, Kwek.L & Anas.A.A. (2012). *The Impact of Experiential Marketing and Customer Satisfaction on Customer Commitment in the World of Social Networks*. Canadian Center of Science and Education. Vol 9 No.1

Kotler, P., & Gary Armstrong. (2012). *Principles of Marketing 14e*. Global Edition. Pearson.

Kotler, P., & Kevin L. K. (2012). *Marketing Management 14e*. Horizon Edition. Pearson.

Kotler, P., & Kevin L. K. (2013). *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Erlangga.

Kotler, Philip dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi ketiga belas. Jakarta. Erlangga

Maharani I, Alisha. (2016). *Pengaruh Experiential Marketing terhadap Kepuasan Pelanggan Hospitalis Resto and Bar Jakarta*. Skripsi pada Universitas Telkom Bandung.

Mansur, Irfan. (2013). *Pengaruh Penetapan Harga dan Fasilitas Wisata terhadap Proses Keputusan Berkunjung Pada Sari Ater Hotel and Resort*. Skripsi pada Universitas Telkom Bandung.

Maulina Nugraha, Sabila. (2013) *Pengaruh Fasilitas Wisata terhadap Kepuasan berkunjung di Kawasan Wisata Situ Gede kota Tasikmalaya*. Skripsi pada Universitas Pendidikan Indonesia.

Miftah (2016, Desember). “Penghargaan 10 Peringkat Indeks Pariwisata Indonesia” (Diakses 28 Maret 2019 dari: <https://portal.bandung.go.id/>).

Mwaura, David, David Acquaye, and Sarnai Jargal, 2013. Marketing Implications of the Destination Image of Mongolia. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, Vol. 5 Iss 1 pp. 80 – 91.

- Natakusumah, F.A. (2015). *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Ina Cookies Bandung)*. Skripsi pada Universitas Telkom.
- Ngo Vu.M & Nguyen Huan.H. (2016). *The Relationship between Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty: An Investigation in Vietnamese Retail Banking Sector*. Journal of Competitiveness. Vol 8 Issue 2.
- Priyatno, Duwi. (2012). *Belajar Praktis Analisis Parametrik dan Non Parametrik dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media.
- Putri Acinya, R., Naili F., & Reni S.D. (2015) *Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata, dan Experiential Marketing terhadap Loyalitas melalui Kepuasan (Studi pada Pengunjung Domestik Taman Wisata Candi Borobudur)*. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 4, Nomor 1.
- Rai Utama, I Gusti Bagus. (2017). *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta. CV. Andi Offset.
- Riduwan, Kuncoro Engkos Achmad. (2014). *Cara Menggunakan Dan Memakai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bandung: Alfabeta.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sarwono, J., & Budiono, H. (2012). *Statistik Terapan: Aplikasi Untuk Riset Skripsi, Tesis dan Disertai (Menggunakan SPSS, AMIS dan Excel)*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sarwono, Jonathan. (2012). *Path Analysis*. Jakarta. PT. Elex Media.
- Schmitt, Bernd H. (2011). *Experiential Marketing ; How to get your Customer to Sense, Feel, Think, Act and Relate to your Company and Brand* . New York. The Free Press.
- Smilansky, S. (2018). *Experiential Marketing second edition*. UK. CPI Group.
- Sri, Rosita & Woro H.W. (2016). *Pengaruh Fasilitas Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta*. Jurnal Manajemen Resort dan Leisure. Vol 13 No 1.
- Sugiyono (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2017). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunjoyo & Rony. (2013). *Aplikasi SPSS untuk Smart Riset (Program IBM SPSS 21.0)*. Bandung. Alfabeta.
- Suwantoro, Gamal. 1997. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Andi. Yogyakarta
- Tasci, Asli D. A. and Metin Kozak. (2006). Destination brands vs destination images: Do we know what we mean?. *Journal of Vacation Marketing*, 12 (4), p. 299-185.
- Teguh Sulistiyana, R., Djamhur H., & Devi Farah A.(2015). *Pengaruh Fasilitas Wisata dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen (studi pada museum satwa)*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.25, Nomor 1.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Wisata Bandung (2017). “Kota Bandung Raih Penghargaan 10 Peringkat Indeks Pariwisata Indonesia” (Diakses 13 Februari 2019 dari: <http://www.wisatabdg.com>).
- Yoeti, Oka A. (2003), *Tours And Travel Marketing*. Jakarta : Pradnya Paramita.
- Zaenuri, Muchamad. 2012. *Perencanaan Strategis Kepariwisata Daerah: Konsep dan Aplikasi*. Jogjakarta: e-Gov Publishing.